

# The Hidden Drug.

La droga oculta

UN ESTUDIO SOBRE EL PODER  
ADICTIVO DE LA POLARIZACIÓN  
DEL DEBATE PÚBLICO.

# INTRODUCCIÓN

# The Hidden Drug.

**EN EL DEBATE PÚBLICO,  
“POLARIZACIÓN” ES CURIOSAMENTE  
UNO DE LOS CONCEPTOS QUE MENOS  
POLARIZA A LA SOCIEDAD:**

desde hace décadas, hay un consenso general sobre el hecho de que su avance es creciente, y de que constituye uno de los factores de mayor riesgo para la estabilidad de los estados democráticos, únicos en los que es realmente factible el ejercicio de la discrepancia aún desde las posiciones más extremas

Innumerables estudios han indagado en las causas, alcance y consecuencias de la polarización en nuestras sociedades. Cuestiones como la fragmentación social provocada por el crecimiento de la desigualdad, el debilitamiento de los partidos políticos tradicionales -generalmente depositarios de la moderación- y el consecuente ascenso de movimientos populistas, o la degradación de los niveles educativos aparecen en la totalidad de los análisis. Pero seguramente este fenómeno no alcanzaría su dimensión actual, tan preocupante, sin el concurso de las redes sociales como espacio ideal para su expansión.

# LA MECÁNICA DE LA POLARIZACIÓN

LA POLARIZACIÓN FORMA PARTE DEL DISCURSO PÚBLICO Y CONDICIONA EL MODO EN QUE SE INTERPRETA LA INFORMACIÓN Y SE DECODIFICAN EN LA ESFERA CIVIL LOS MENSAJES PROVENIENTES DEL ÁMBITO POLÍTICO.

El término “polarización” se usa como equivalente de conceptos valorativos como “radicalización” o “extremismo”. La polarización alude al proceso de reafirmación en las propias creencias que se da tras participar en un debate acerca de un tema polémico en el que se presentan evidencias e interpretaciones alternativas. Por eso, lo novedoso, no es tanto que las posturas que resulten de esa interacción sean extremas (aunque en muchas ocasiones ese sea el resultado), sino la actitud de ignorancia intencionada (cuando no de desprecio) a la evidencia y los argumentos que obligarían a modificar las propias creencias. Por ello, conviene arrojar luz sobre algunos de los mecanismos psicológicos, cognitivos, sociológicos y éticos que concurren en la reproducción social de la polarización.

1. La polarización ideológica no es igual a la polarización afectiva. Distintos autores reflejan que la disparidad de opiniones privadas en relación a medidas legislativas concretas suele ser menor que la manifestada públicamente: mientras que en privado las actitudes tienden a ser más moderadas, favorables a cierto grado de transacción ideológica, en público se enfatizan las diferencias y las valoraciones son más bipolares (Garmendia y León, 2021). A su vez, se constata que los portavoces de partidos políticos suelen defender posiciones más radicales y estancas de las que, en privado, manifiesta su electorado. Esto apunta al *shorting* (alineamiento) como una de las causas principales de la polarización social: la necesidad de confiar y delegar parcialmente el juicio en los representantes redundando en una polarización de las opiniones personales. El caso del aborto en EE.UU. es paradigmático al respecto.

**2. El absolutismo moral** (Viciana et. al., 2019) está detrás de muchas de las dinámicas polarizadoras de nuestro espacio público. Asuntos que no son en sí morales, son enmarcados, interpretados y comunicados como si así lo fueran. El desacuerdo en materia económica, política y administrativa se manifiesta, así, en clave de indignación, intolerancia o aberración. La neurociencia y la psicología experimental contemporánea han dado cuenta de que estas emociones morales son reacciones evolutivas fisiológicamente distintas a las de nuestro sistema deliberativo.

**3.** Este fenómeno, a su vez, tiene que ver con la tendencia a que cada vez más personas consideren que sus juicios morales tienen el valor de un conocimiento objetivo que, por tanto, no puede ser sujeto de discusión. Esta tendencia se ha comprobado a través de estudios experimentales que dan cuenta de una mayor convicción por parte de quienes participan en el debate público, y también de una mayor resistencia a tomar en cuenta la evidencia y los argumentos que obligarían a cambiar la propia postura.

**4.** Son los más **convencidos** los que más participan en los debates públicos y en redes sociales. Esto coincide con la constatación de que son las personas más radicalizadas quienes más se involucran en organizaciones políticas activas, y también quienes más manifiestan públicamente su opinión. El debate público está copado por "convencidos" y militantes, que condicionan así la estructura de la discusión y falsean cuál es el estado "real" de la opinión mayoritaria.

**5.** La consecuencia de esto es un **cambio de la función del desacuerdo en contextos deliberativos.**

Tradicionalmente, se considera que el desacuerdo presupone la revisión de las propias creencias (si al echar cuentas tras una comida en un restaurante los comensales llegan a un resultado distinto, se presupone que revisarán su cálculo del reparto). El auge de las actitudes "convencidas" hace que, al contrario, el desacuerdo genere afianzamiento y polarización de las propias posturas.

**6.** La mediación digital ha incrementado la percepción del vínculo de pertenencia a comunidades marcadas por la ideología, la estética, las adhesiones y los antagonismos. Aunque la cognición individual siempre está mediada por el grupo, la exposición selectiva a las opiniones afines en redes sociales ha catalizado este fenómeno. De ahí que recientemente se esté proponiendo sustituir el concepto de "burbujas epistémicas" (Nguyen, 2020) por el de "búnkeres epistémicos" (Furman, 2022), para acentuar el componente afectivo e identitario.

**8.** Por último, estos mecanismos psicológicos deben ser contextualizados en la **crisis actual de las intermediaciones** que ha descrito Ignacio Sánchez-Cuenca (2022), fundamentalmente partidos y medios de comunicación. La consecuencia de esto es una mayor confianza en las propias opiniones, hasta el punto de que la discrepancia respecto al consenso pueda considerarse un factor de confirmación sobre la validez de las propias creencias.

# POLARIZACIÓN, UNA NUEVA DROGA SOCIAL.

El estudio sobre polarización realizado por LLYC bucea en las redes sociales para explicar la evolución de la polarización en doce países<sup>1</sup> a lo largo de los últimos cinco años, tomando como referencia la conversación social sobre los temas que mayor controversia suscitan. Según el análisis de las páginas de resultados de Google ante la búsqueda de temas de mayor nivel de controversia, los diez territorios que más interés generan en los países seleccionados son: aborto, cambio climático, derechos humanos, feminismo, inmigración, libertad de expresión, pena de muerte, racismo, salario mínimo y sindicatos.

A través del análisis de más de 601 millones de mensajes en Twitter, recogidos entre el 1 de septiembre de 2017 y el 31 de agosto de 2022, se documenta cuáles son los temas con mayor volumen de conversación en cada país, sus variaciones en este período de tiempo, el nivel de interconexión entre las comunidades intervinientes en el debate, la adicción que éstos provocan y el papel de los activistas de ambos lados del espectro político.

La aplicación de la inteligencia artificial en el análisis del gigantesco volumen de mensajes que se intercambian en las redes sociales es fundamental para conocer de qué se habla, cómo se expresan las opiniones, quiénes activan los debates y cuáles las reacciones que provocan. Se obtiene así una imagen real del momento y evolución de las conversaciones, libre de prejuicios, que facilita una mejor comprensión de las tendencias de opinión, permite identificar aquellos territorios de oportunidad en los que una organización está legitimada para interactuar y puede aportar ideas y contenidos de valor, al tiempo que detecta los riesgos asociados. Todo un bagaje de información para definir estrategias de comunicación y relacionamiento confiables, positivas y eficaces.

# METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

La medición de la polarización parte de la identificación de las principales comunidades a partir del análisis de *engagement* (algoritmos: *Modularidad de Lefebvre* y *Layout Force Atlas 2*) para, a continuación, evaluar el nivel de interconexión entre comunidades opuestas y medir la probabilidad de que un mensaje de una comunidad pueda alcanzar la comunidad opuesta (algoritmos: *PageRank* y *Betweenness Centrality*.) La inferencia de la conversación progresista/conservadora se ha desarrollado a partir de un etiquetado manual de las principales comunidades por país, y todo el procesamiento de datos y cálculo de métricas ha sido desarrollado íntegramente en Python.

La metodología de medición de la adicción parte del propósito de tener una métrica independiente. Se ha medido el *engagement* (compromiso) del tipo *comment* (comentario), en contraposición al de tipo *share* (compartido) utilizado para medir la polarización. Y mide el nivel de este tipo de *engagement* por perfil en cada uno de los territorios. Para validar la hipótesis, se ha comprobado que existe una correlación significativa entre la polarización y la adicción medidas.

# ADICTOS AL CONFLICTO

La adicción a las redes sociales alcanza en determinados casos el rango de droga: una droga escondida tras la aparente normalidad del uso de estas plataformas digitales. La literatura sobre este tipo de adicción hace referencia a efectos tales como la pérdida de control, la absorción a nivel mental o la alteración grave del funcionamiento diario de la persona. Siguiendo a Enrique Echeburúa (2018), catedrático emérito de Psicología Clínica en la Universidad del País Vasco (UPV/EHU), los estados emocionales como la impulsividad, el malestar emocional o la búsqueda exagerada de emociones fuertes aumentan la adicción.

Para Mariano Sigman, neurocientífico y autor de "El poder de las palabras" (2022), "es difícil medir el riesgo exacto de una adicción; en algunos casos es bien conocido, pero en otros, como la polarización, no. Las grandes tragedias humanas y las matanzas resultan de momentos de incomprensión, de la exacerbación de este mecanismo mediante el cual un grupo no puede entender las ideas del otro. Ese no comprender hace que lo odie hasta tal extremo que decide que la única forma de resolverlo es matándolos a todos en una guerra. Este puede ser el verdadero riesgo de una droga como la polarización".

(anexo pág. 8)

(anexo pág. 9)

(anexo pág. 18)

(anexo pág. 24)

¿Es el anhelo de emociones fuertes, unido a la necesidad de reafirmar las ideas propias y confrontarlas con quienes pretenden imponer las suyas, lo que eleva los niveles de polarización? En todo el universo analizado en este informe se advierte efectivamente un incremento progresivo de esta "adicción"; esto es, el nivel de involucración o *engagement* de los tuiteros de uno y otro lado del espectro político en los territorios de conversación. En Iberoamérica, la adicción a la conversación se acrecienta tras la pandemia y mantiene una progresión del 8% anual, siendo los territorios de en los que más aumenta el cambio climático, el racismo, el salario mínimo y la inmigración (8). También se acelera en Estados Unidos (+13%), especialmente cuando se discute sobre la pena de muerte y los derechos humanos (9). Y en España, y esto es un rasgo singular, la mayor adicción la provocan la conversación en torno al feminismo y a los sindicatos, vinculada esta última a la polémica por la reforma laboral (18).

Se observa en el global de los países de Iberoamérica analizados que el nivel de polarización ha crecido un 39% desde 2017 hasta hoy, y lo que es también llamativo, que frente a un dominio aplastante de la conversación por el sector que denominaremos "progresista", en el último año se registra una eclosión de la parte "conservadora" hasta llegar a superar en algún caso a sus rivales (14).

En dicho balance entre "progresistas" y "conservadores" hay notables diferencias entre los países. En Estados Unidos, Colombia, Brasil o Portugal son los primeros quienes dominan claramente el campo de la conversación. Por el contrario, en México, Argentina, República Dominicana y Panamá es la parte conservadora la predominante. El equilibrio es la tónica en el resto de los países analizados (15).

Profundizando en los datos, en algunos países se aprecia un "rearme" evidente de los grupos más a la derecha, que se organizan para fortalecer su presencia en Twitter. En el caso de España, la aparición de Vox en el panorama político modifica el status-quo hasta el punto de que, finalizando 2022, el *share* de la conversación digital está prácticamente empatado (20).

Brasil, que es el país con mayor grado de polarización, vive un fenómeno similar en los últimos meses, en los que la irrupción de activistas de la derecha en debates como el aborto o la libertad de expresión les ha permitido igualar las fuerzas (25).

Distinto es el caso de México, donde la facción conservadora domina la conversación desde el ascenso a la presidencia de López Obrador (30).

(anexo pág. 15)

(anexo pág. 20)

(anexo pág. 25)

(anexo pág. 24)

## LOS CAMPOS DE BATALLA

Es evidente que la dimensión del debate social es prácticamente inabarcable. Cualquier cuestión, por menor que sea, puede elevarse a la categoría de objeto de discusión: basta con que dos lo quieran (y las redes lo bendigan). Pero hay asuntos que atraen poderosamente la atención y los desvelos de las masas contendientes porque apelan directamente a las convicciones más enraizadas y agitan más la emoción que la razón. En el estudio de LLYC, el aborto es el tema que mayor polarización suscita en el global de los países; otros como el feminismo, la inmigración, el cambio climático, la libertad de expresión y los derechos humanos o el racismo, promueven también discusiones encendidas, aunque con matices según los países (11).

Es importante subrayar que el volumen de conversación sobre un tema no equivale al nivel de polarización, el cual se registra cuando la interacción entre las comunidades participantes en el debate es muy reducida o casi nula y el disenso en las opiniones es mayor. Un ejemplo de esta diferencia es la conversación sobre el racismo en Estados Unidos, que, a partir del asesinato de George Floyd, alcanza un altísimo volumen, pero ve rebajada hasta en un 74% el índice de polarización durante varios meses por el mayor consenso en las redes. Es relevante que en los últimos doce meses analizados, el debate sobre el racismo en Estados Unidos ha perdido fuerza frente a las controversias sobre el aborto, el cambio climático y la inmigración; el feminismo ni siquiera está entre los grandes asuntos de debate.

(anexo pág. 17)

Muy al contrario, en España (17) es notable el hecho de que el feminismo concentre el mayor volumen de conversación con un bajo nivel de polarización, frente a un tema como la inmigración, que presenta un alto volumen de conversación altamente polarizada. En los últimos cinco años, la polarización en torno al cambio climático es la que más crece en España (4,1 veces más), seguida por la inmigración (1,6 veces más).

(anexo pág. 10)

En países de Latinoamérica (10), por su parte, se introducen en la conversación en redes asuntos como la libertad de expresión y los derechos humanos, que ocupan, tras el aborto, el segundo y tercer puesto respectivamente por la intensidad de su polarización en el último año. El debate sobre el feminismo en la región genera una menor polarización, acorde con el volumen relativamente bajo de conversación que acumula, aunque se detecta un progresivo crecimiento de la misma (+18% de media anual).

(anexo pág. 22)

Brasil es el país del sur del continente americano que presenta un mayor volumen de conversación en torno a cuestiones como el racismo – capitalizada por los progresistas– y la libertad de expresión – liderada por los conservadores–, aunque es esta última la más polarizada de las dos. Es el aborto, sin embargo, el que con diferencia marca los mayores índices de polarización. Resulta llamativo que, en el país que posee el pulmón del mundo – la selva amazónica–, el cambio climático genere un 80% menos de volumen de conversación que en el global de países (22).

(anexo pág. 27)

Por lo que se refiere a México, el rasgo diferencial lo marca el bajo índice de polarización en comparación con los otros países analizados. El debate más polarizado es el referido a la libertad de expresión, muy relacionado con el genérico de derechos humanos que muestra el mayor volumen de conversación (27). Los asesinatos de periodistas, los atentados de los narcos o las violaciones de derechos por ciertas autoridades justifican este estado de opinión.

# REDES Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

Al analizar el proceso evolutivo de las mencionadas conversaciones en los diferentes países, se advierte la existencia de "disparadores" que agitan el debate en las redes, tales como decisiones judiciales, sucesos o nuevas leyes, por ejemplo. Sin embargo, otros temas se mantienen en el foro público al margen de hitos puntuales. Como señalan los profesores Jordi Rodríguez-Virgili y Javier Serrano Puche (2018), "la irrupción y popularización de internet, en especial de las redes sociales, obligan a replantearse o actualizar la teoría de la *agenda setting* en relación con la opinión pública" (p.37) .

Aunque empíricamente – y esto lo añadimos nosotros- no es posible demostrar hasta qué punto los debates en las redes nacen por generación ciudadana espontánea o son inducidos por terceros, llámense gobiernos, medios de comunicación, partidos políticos, sindicatos u otras organizaciones. Lo que sí parece evidente es que su crecimiento y recurrencia está muy ligado a activistas de uno y otro signo que disponen de los recursos y el tiempo para influir en el curso de las discusiones y abundar en la polarización.

El informe "Polarización" que presenta LLYC ausculta el fuerte latido de la polarización en las redes sociales y permite conocer qué asuntos provocan intensas taquicardias en el debate público.

Twitter, en particular, es un foro donde se recogen y amplifican las tensiones, consensos y polémicas que sacuden a nuestras comunidades, pero el debate sobre si las redes son causantes de la polarización sigue abierto. Volviendo a Byung-Chul Han (2022): "no es la personalización algorítmica de la red, sino la desaparición del otro, la incapacidad de escuchar, lo que provoca la crisis de la democracia" (p.23). Y frente a la reflexión del filósofo, hay estudios como el titulado "Modeling the emergence of affective polarization in the social media society" que directamente sitúan a los grupos políticos como instigadores de la tensión que se refleja en las redes, las cuales serían, por tanto, el poderoso altavoz de los mensajes de aquellos con el apoyo de legiones de seguidores altamente ideologizados (Törnberg et. al., 2021).

Sea como fuere, e independientemente del grado de culpa de las redes del estado de confrontación social provocado por la polarización, es cierto que en su macrocosmos se desarrollan roles que coadyuvan a intensificar la polémica y alimentar los enfrentamientos. Un post publicado en **Hateblockers.es**, una iniciativa que lucha contra el odio en las redes, da cuenta, por ejemplo, de la actitud “incendiaria” de lo que llaman influencers, que serían aquellos que adquieren una posición central en la red frente al resto de nodos gracias un número mucho mayor de conexiones que el resto y que, por su condición, conforman, dirigen y radicalizan la opinión de miles de seguidores (Hateblockers, s.f.).

Aunque son muchos los estudios que versan sobre la polarización y sus causas, más escasa es la literatura acerca de las vías para superarla. Recientes experiencias en el ámbito de la psicología social han demostrado que individuos fuertemente radicalizados pueden llegar a moderar sus posiciones y a alcanzar consensos sobre materias morales a través de procesos de deliberación en presencia (Navajas et. al., 2019). Cabe pensar sin embargo que la virtualidad de las redes no constituye un buen espacio para emular tales experiencias.

La percepción de que la sociedad se polariza de forma imparable se está imponiendo en la totalidad de los análisis políticos, económicos y sociológicos. La fuerza expansiva de las redes sociales contribuye tanto a reforzar esa percepción como a alimentar el problema. Igualmente, la opinión de los ciudadanos propende a conformarse con la idea de que apenas queda espacio para un debate público sin estridencias: una media del 66% de los ciudadanos considera que la gente de su país no tiene la habilidad para debatir de manera civilizada y constructiva (Edelman Trust Barometer, 2022).

Pese a todo, aún es posible pensar que las redes no puedan considerarse como la representación virtual del conjunto de una opinión pública cuyas posiciones suelen ser más templadas de lo que se visualiza en ellas.

Si bien la finalidad de este informe es describir con el valor dato, una tendencia claramente perceptible, no queremos renunciar a algunas ideas de cómo lograr que el consumo responsable no se ahogue en adicciones. El objetivo es que seamos capaces de hacernos cargo de nuestras propias responsabilidades, obtener información, aceptar que nuestras creencias pueden ser fallibles, pues ni tenemos acceso a toda la evidencia, ni somos capaces de dar cuenta de todos los argumentos, reconociendo la autoridad de los demás en la discrepancia.

Pero si aceptamos, como defiende Fernando Broncano (2019), que lo novedoso de la polarización no es la dinámica cognitiva en sí, sino que haya pasado a estructurar todo nuestro espacio público debido a una explotación sistemática de nuestros sesgos cognitivos, entonces no podemos aceptar que la respuesta deba ser meramente individual, vía educación o concienciación.

Conviene aceptar que algunos de los mecanismos descritos más arriba son inherentes a nuestra manera de conocer y formar creencias. Levy (2022) lo explica mediante la lógica de la "recomendación": siempre, en cualquier contexto, formamos nuestra propia opinión a partir de la recomendación de los demás y la presunción de que las recomendaciones de algunos están más autorizadas que las de otros, lo cual no obsta para que reservemos un margen de autonomía si la recomendación en la que hemos confiado resulta que no estaba fundada (resulta que el restaurante que nos recomendó un amigo reconocido por su buen gusto no cumplió con las expectativas).

## ¿QUÉ HACER?

Al igual que otras drogas existentes, la polarización tiene efectos en el individuo y en la sociedad. Se ha convertido en una droga que consumimos cada día sin saberlo y que nos puede provocar depresión, irritabilidad, dependencia, distanciamiento social, crispación generalizada y aumento de los discursos del odio. En un mundo donde los mensajes incendiarios se han apoderado de la conversación, la polarización impide encontrar consensos y puntos de encuentro entre las personas. Por eso, **tenemos la responsabilidad de crear esos espacios de conciliación, relajamiento y pausa para encontrar un camino de salida a esta situación.**

Estos espacios son tanto una responsabilidad individual como pública. Si el debate mediático y digital ya es una arquitectura de recomendaciones (sobre política, ciencia, sociedad, modos de vida...) cada vez más segmentada, si no hay espacio de discusión neutro, ¿por qué no intervenir para dar acceso a cierto tipo de recomendaciones que favorezcan o empujen (**nudging**) a decisiones y creencias favorables al espacio público deliberativo y a la vida democrática?

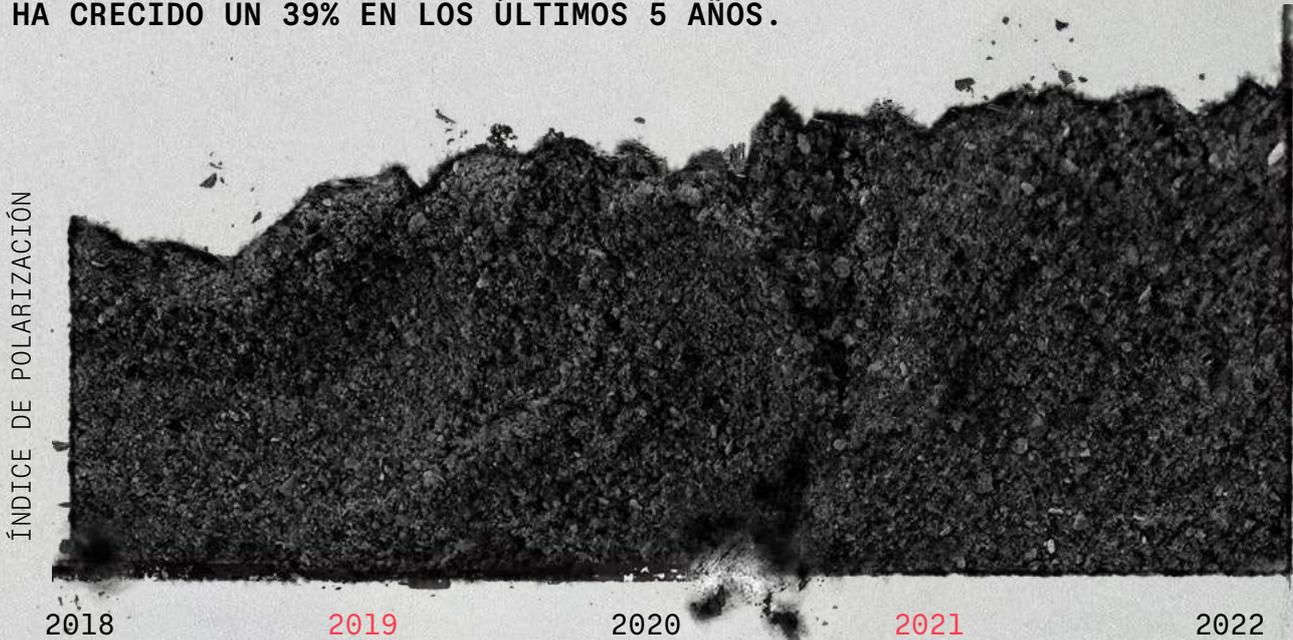
No solo porque no "podemos dejarlo", sino porque no debemos. Para Cristina Monge, presidenta de Más Democracia, "una democracia de calidad exige tener un espacio público seguro de deliberación. En la medida en que la polarización en los círculos políticos y mediáticos lo impide, están comprometiendo la calidad de las democracias hasta puntos que aún no podemos precisar". Pese a sus problemas y las consecuencias no deseadas que genera, algunas de las cuales han sido destacadas en este informe, la mediación digital de la deliberación democrática es un hecho. La formación de la opinión, el acceso a la información y al criterio de los expertos, pero también la participación agente de la ciudadanía, pasa necesariamente por las redes sociales. Defendía el filósofo ilustrado Denis Diderot que, cuando entra

en el teatro, el espectador suspende su incredulidad para poder sentir la representación como real. Nos corresponde hoy seguir el camino inverso, y suspender la credulidad acerca de las redes sociales como el único modo posible de llevar a cabo la discusión pública. Arias Maldonado (2016) ha recomendado la actitud del "ironista melancólico" que no se toma tan en serio la gravedad de los desacuerdos, rebaja la militancia por las propias ideas y deja de confundir la expresión de sus opiniones con su más íntima identidad. Este *ethos* de la humildad, que se opone a la arrogancia de los convencidos, nos permitirá un "consumo controlado" de un debate público estructuralmente adictivo.

Pese a todo, hay que seguir atreviéndose a pensar.

# INSIGHTS GLOBALES

EL NIVEL DE POLARIZACIÓN DE LA CONVERSACIÓN EN IBEROAMÉRICA HA CRECIDO UN 39% EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS.



EVOLUCIÓN DE LA POLARIZACIÓN EN IBEROAMÉRICA

Menores controversias en materia de feminismo y aborto explican una tendencia inicial a la baja.

Le sigue una etapa de fuerte crecimiento impulsada por una conversación brasileña cada vez más polarizada.

USA MUESTRA UNA TENDENCIA CRECIENTE, AMORTIGUADA POR DOS HITOS SINGULARES DE MUY ALTO IMPACTO EN RACISMO Y ABORTO.

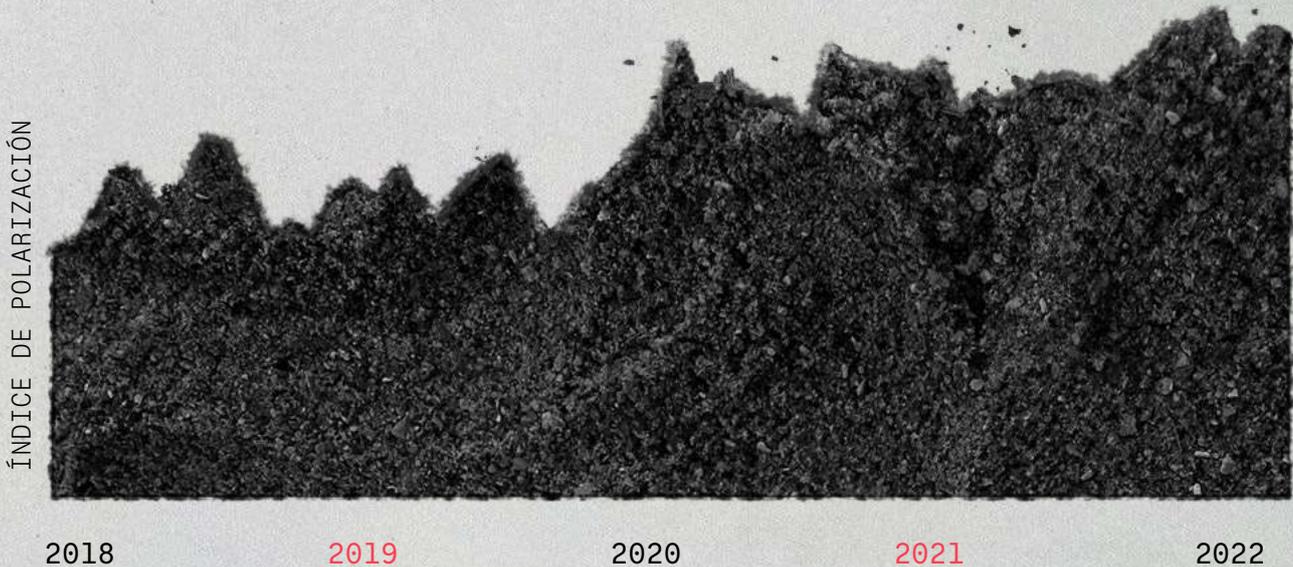


EVOLUCIÓN DE LA POLARIZACIÓN EN USA

El caso de George Floyd supone un rechazo social del alto volumen y consenso que resulta en una caída temporal de la polarización de un 74%.

Los fallos judiciales de los últimos meses contra el aborto, generan un movimiento de rechazo de alto consenso (-27%).

LA ADICCIÓN A LA CONVERSACIÓN EN IBEROAMÉRICA CRECE UN 11% EL MES QUE SE DECLARA LA PANDEMIA, Y NO PARA DE CRECER DESDE ENTONCES.

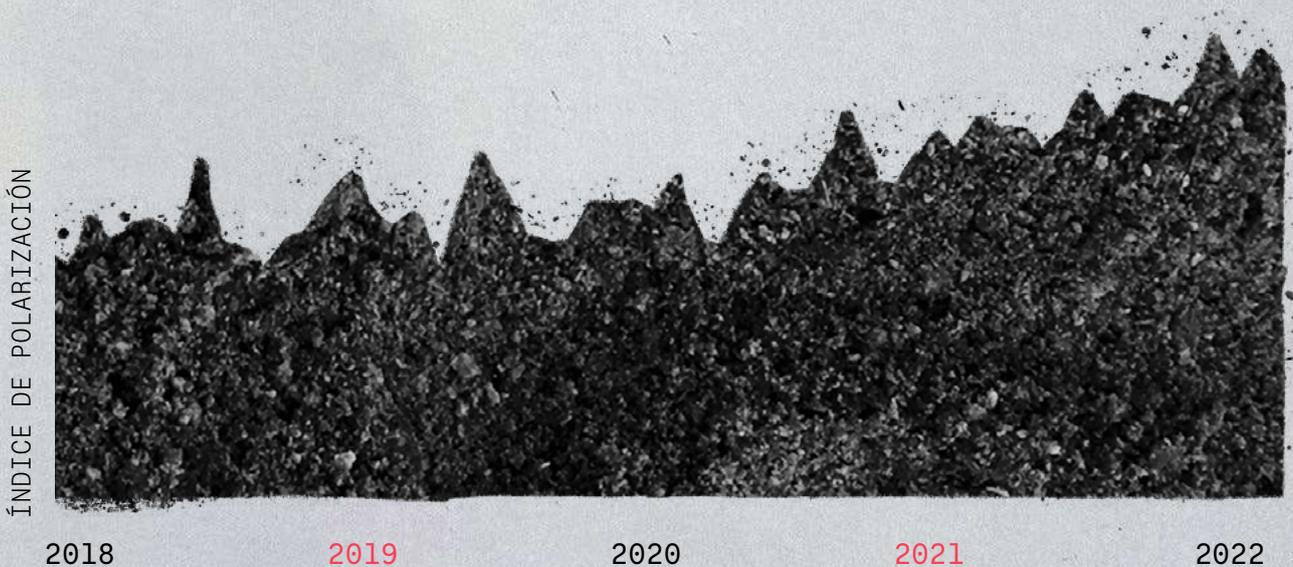


ADICCIÓN A LA CONVERSACIÓN SOCIAL EN IBEROAMÉRICA

La pandemia incrementa considerablemente la adicción a la conversación, que hasta la fecha venía mostrando un perfil plano.

Con el Covid llegan niveles de adicción de crecimiento continuo, a ritmo de 8% anual.

EN USA LOS NIVELES DE ADICCIÓN A LA CONVERSACIÓN MUESTRAN UN CRECIMIENTO CONTINUO DEL 15% ANUAL.



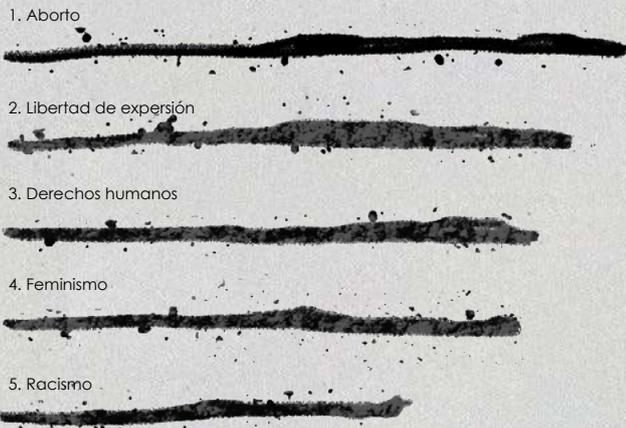
ADICCIÓN A LA CONVERSACIÓN SOCIAL EN USA

Los territorios de mayor nivel de adicción son pena de muerte (un +19% superior al promedio) y derechos humanos (+12%).

Durante los últimos meses, la pendiente de crecimiento incluso se acelera (+13%) por encima del promedio.

**A EXCEPCIÓN DEL ABORTO, LOS TERRITORIOS QUE MÁS POLARIZAN LA CONVERSACIÓN SON DIFERENTES EN USA Y EN IBEROAMÉRICA.**

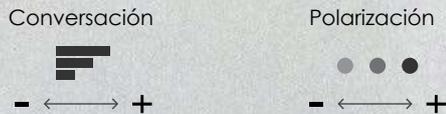
**IBEROAMÉRICA**



**USA**



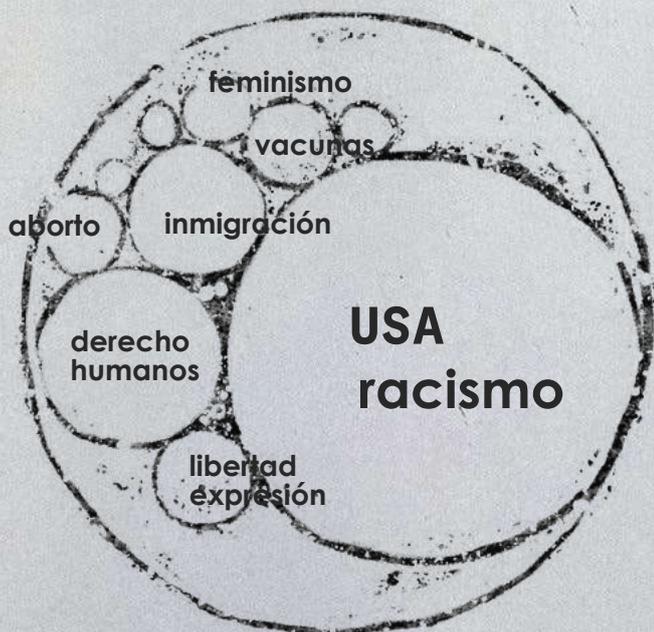
**TOP TERRITORIOS POR POLARIZACIÓN (ÚLTIMOS 12 MESES)**



Mientras en Iberoamérica la libertad de expresión y los derechos humanos, son los territorios más controvertidos tras el aborto, en USA, el debate más polar se reparte entre el cambio climático y la inmigración.

El feminismo sólo alcanza notoriedad top en Iberoamérica.

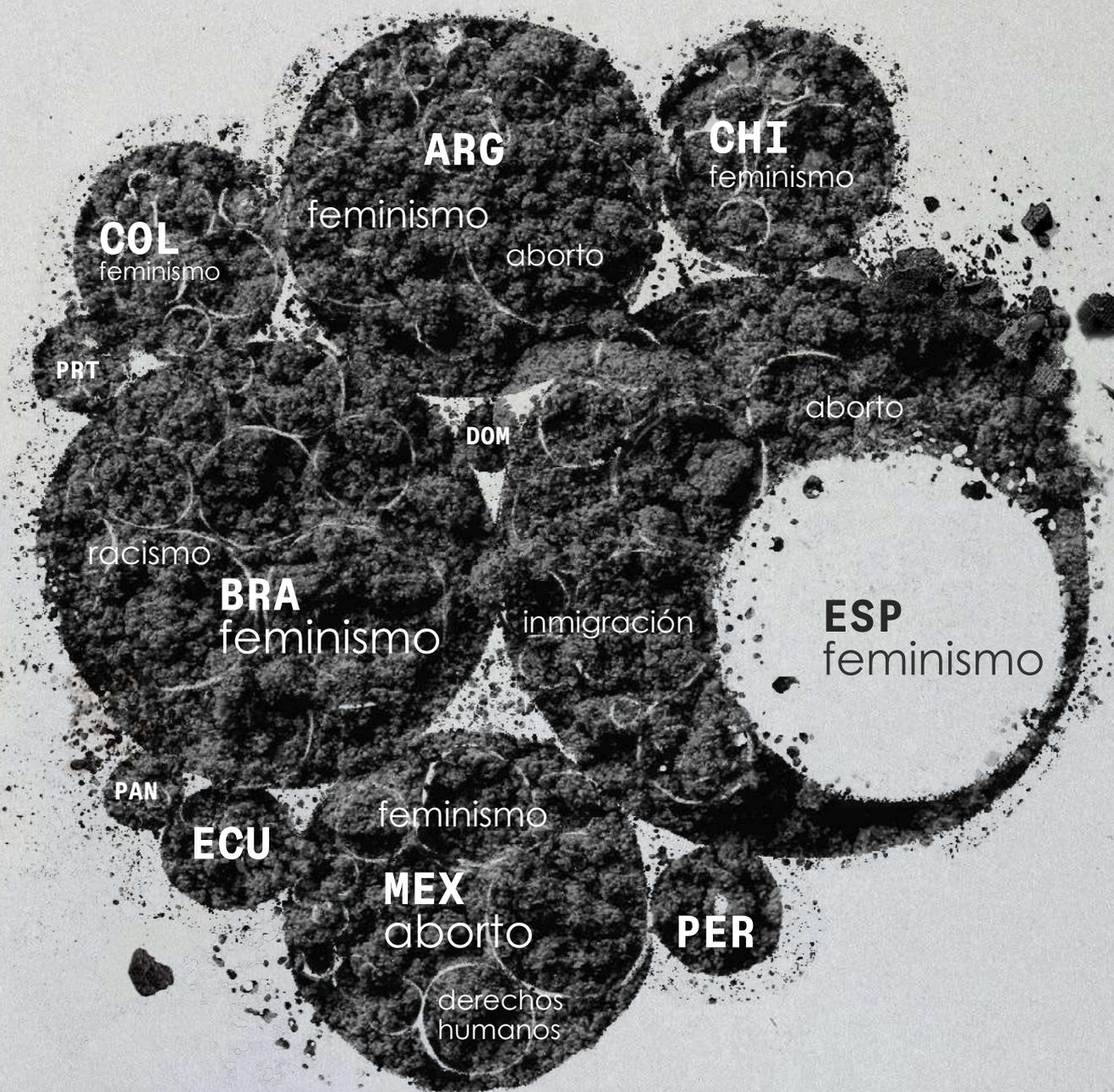
**EN USA, RACISMO ES EL TERRITORIO EN QUE MAYOR TENDENCIA AL CONSENSO SE OBSERVA, IMPULSADO POR EL FENÓMENO GEORGE FLOYD COMO ÍCONO.**



**ADICCIÓN A LA CONVERSACIÓN SOCIAL EN USA**

El caso Floyd cambia la tendencia de un territorio que desde entonces, gana en notoriedad (72%) y reduce sus tasas de polarización.

MIENTRAS EL FEMINISMO SE ASIENTA COMO TERRITORIO EN IBEROAMÉRICA.

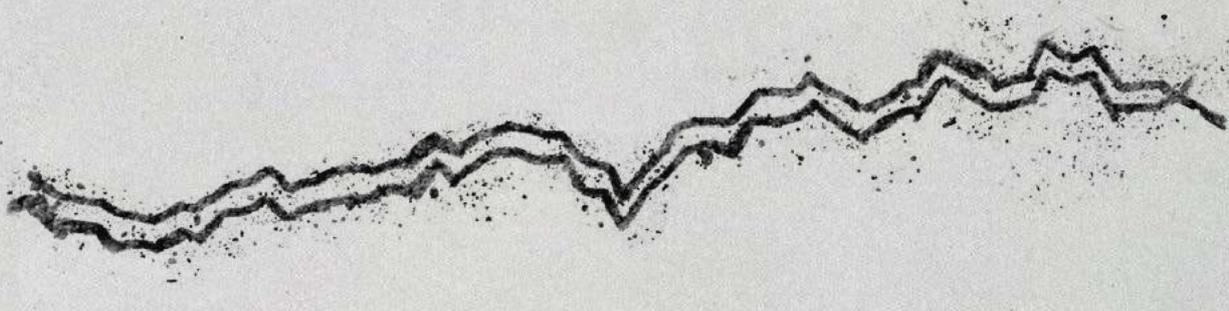


ADICCIÓN A LA CONVERSACIÓN SOCIAL EN USA

En Iberoamérica, el feminismo es uno de los territorios principales que muestra un nivel de polarización inferior al promedio (-16%).

**AUN VINIENDO DE MENORES NIVELES DE CONTROVERSIA, LA POLARIZACIÓN DEL FEMINISMO EN IBEROAMÉRICA CRECE (+18%/AÑO), MIENTRAS QUE EN USA SE MANTIENE CONSTANTE.**

ÍNDICE DE POLARIZACIÓN



2018

2019

2020

2021

2022

**EVOLUCIÓN DE LA POLARIZACIÓN SOBRE EL FEMINISMO**

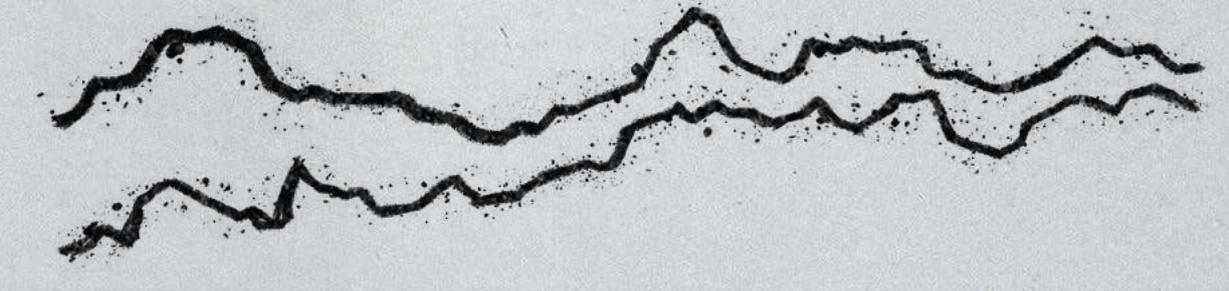
- ↑ Iberoamérica
- ↓ USA

Tras unos primeros meses en descenso, la polarización del feminismo iberoamericano crece de manera constante, sólo interrumpida por el confinamiento pandémico.

En USA, el protagonismo del aborto amortigua el debate sobre feminismo.

**EL CAMBIO CLIMÁTICO POLARIZA MÁS EN USA QUE EN IBEROAMÉRICA (+30%), Y TAMBIÉN MOVILIZA MAYOR VOLUMEN DE CONVERSACIÓN (+98%).**

ÍNDICE DE POLARIZACIÓN



2018

2019

2020

2021

2022

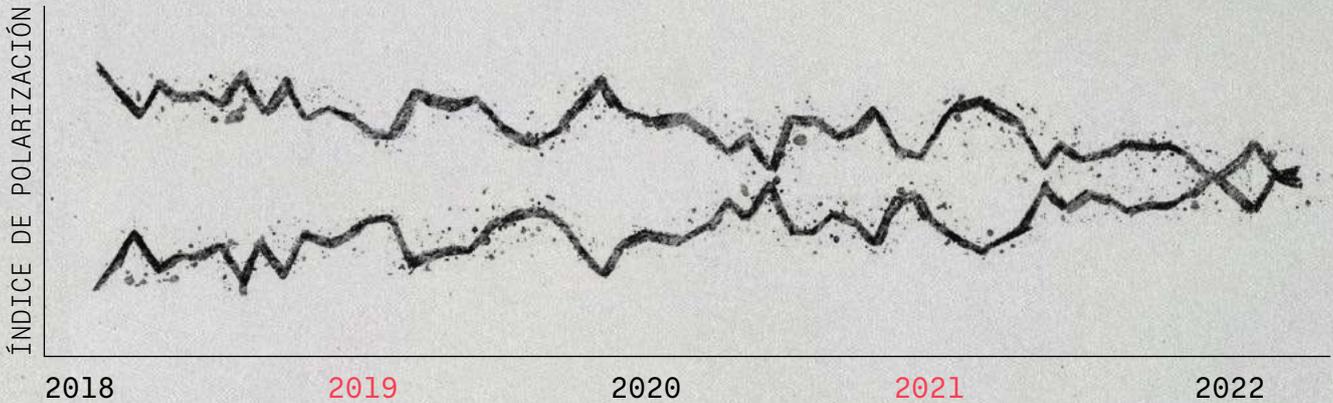
**EVOLUCIÓN DE LA POLARIZACIÓN SOBRE EL CAMBIO CLIMÁTICO ÍNDICE**

- ↑ Iberoamérica
- ↓ USA

La polarización sobre el cambio climático en Iberoamérica sube un 82% hasta junio de 2020, momento en que pasa a estabilizarse.

En USA, la polarización vuelve a crecer con la campaña de las Elecciones Presidenciales de 2020.

**LA INCORPORACIÓN DE LA DERECHA A LA CONVERSACIÓN IBEROAMERICANA HACE DESAPARECER EL GAP PROGRESISTA/CONSERVADOR (DESDE 40% A 0).**

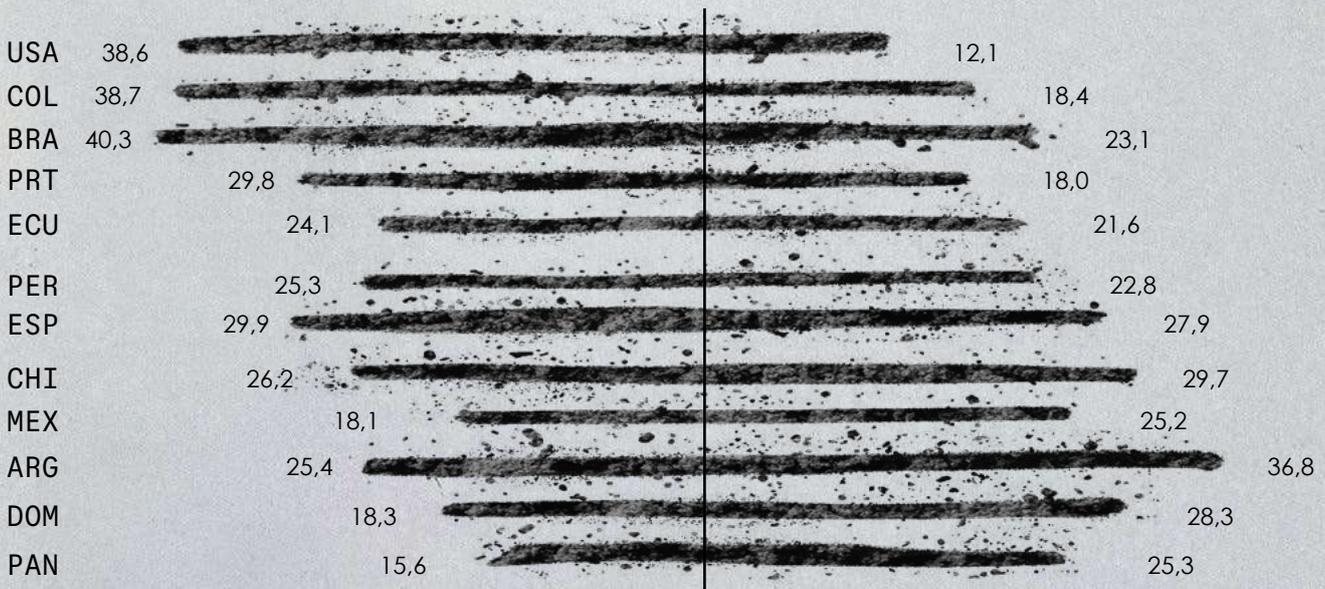


**EVOLUCIÓN DE LA POLARIZACIÓN SOBRE EL FEMINISMO**

↑ Progresistas  
↓ Conservadores

Por el contrario, en USA se produce una tendencia a la inversa: las voces progresistas siguen aumentando la diferencia respecto a las conservadoras.

**SI BIEN SU PESO ESPECÍFICO EN LA CONVERSACIÓN NO ES EL MISMO EN TODOS LOS PAÍSES.**



La gráfica muestra el balance de la conversación por cada uno de los bloques (conservador/progresista) en los 12 países de estudio durante los últimos 12 meses.

Los países aparecen ordenados de mayor a menor por el diferencial progresista-conservador.

LLYC

+Democracia

Una iniciativa ciudadana para mejorar la democracia

EN  
ESPAÑA

## LA INMIGRACIÓN ES EL TERRITORIO QUE MÁS POLARIZA A LA SOCIEDAD ESPAÑOLA EN LA ACTUALIDAD.

### TOP TERRITORIOS EN ESPAÑA EN LA ACTUALIDAD

Feminismo lidera por volumen de conversación, pero manifiesta un menor nivel de polarización.

Sindicatos es el tercer territorio en el ranking, si bien su protagonismo ha sido mayor en el último año que en años anteriores por cuestiones coyunturales (la reforma laboral).

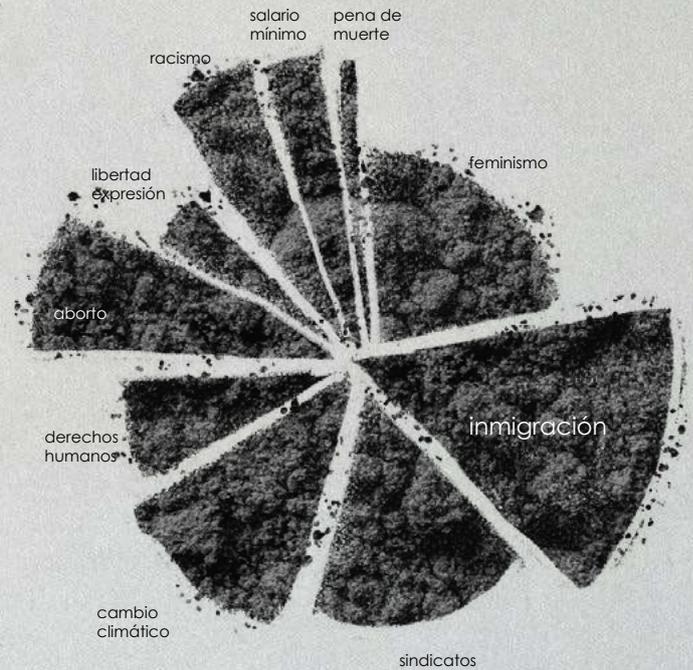
**Nota:** El ángulo del quesito representa el volumen de conversación, mientras que el radio, la polarización en los diferentes territorios en España durante los últimos 12 meses.

Volumen de conversación

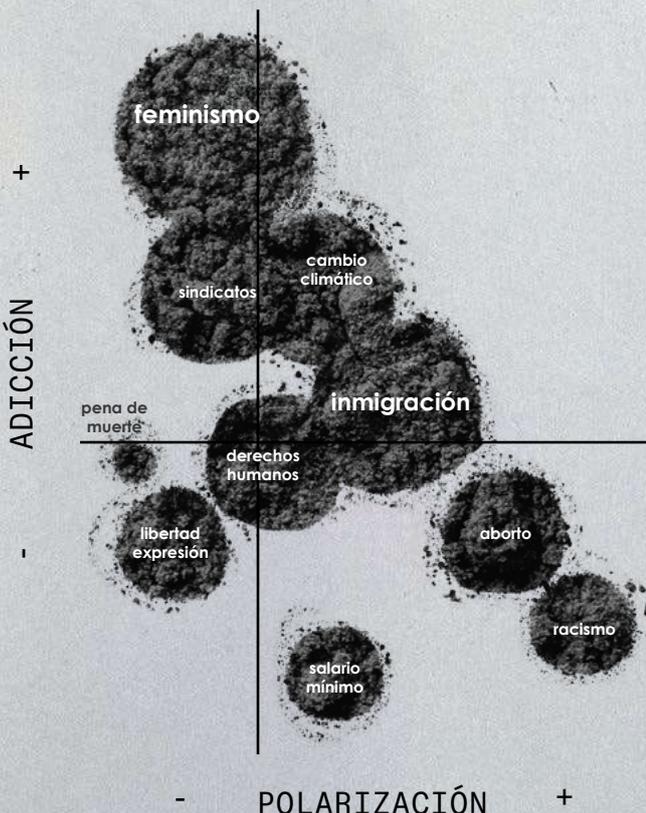
- ▽ ▷ ▷ +

Polarización

- ▷ ▷ ▷ +



## FEMINISMO Y SINDICATOS GENERAN MÁS ADICCIÓN EN ESPAÑA, MIENTRAS QUE RACISMO Y ABORTO MAYOR POLARIZACIÓN.



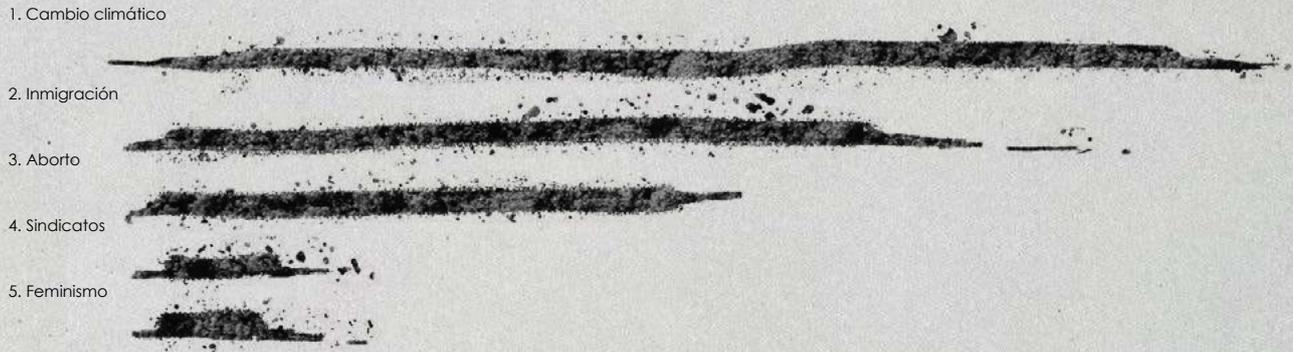
### DIFERENCIAL DE LA CONVERSACIÓN ESPAÑOLA FRENTE A LA GLOBAL EN LA ACTUALIDAD

La inmigración, de entre los territorios más significativos por volumen, es el que mayor diferencial de polarización genera.

Libertad de expresión, aunque presente por volumen, muestra menores niveles de polarización y adicción, especialmente al compararlos con los principales países de América Latina.

**Nota:** La gráfica representa las diferencias de polarización y adicción de los diferentes territorios en la conversación española frente a la global (la de los 12 países en su conjunto) en los últimos 12 meses. La posición (0,0) significa idénticas polarización y adicción que en la conversación global. El tamaño de la pelofita expresa el volumen de conversación.

**CAMBIO CLIMÁTICO (4,1 VECES MÁS) E INMIGRACIÓN (1,6 VECES MÁS) SON LOS TERRITORIOS QUE MÁS SE HAN POLARIZADO EN ESPAÑA EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS.**



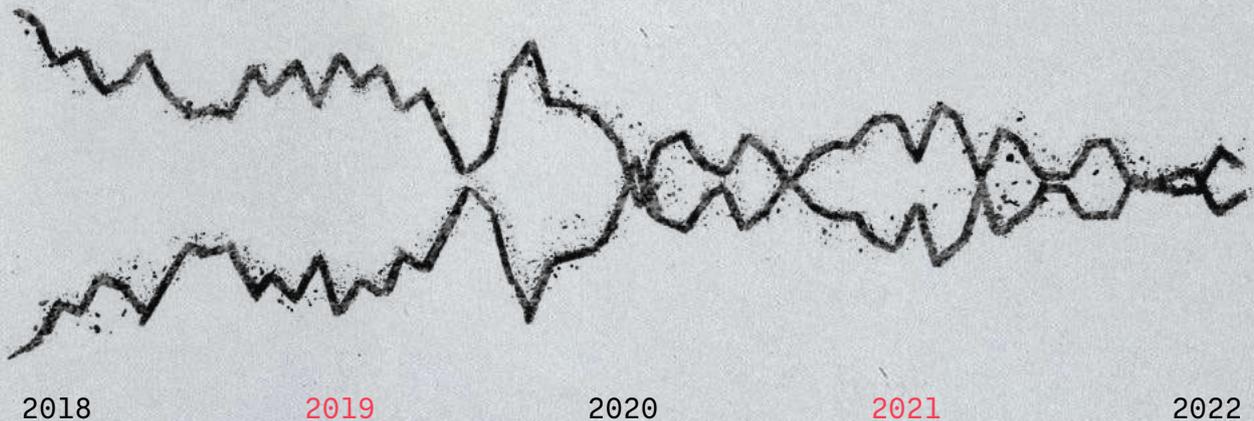
**TERRITORIOS DE MAYOR CRECIMIENTO DE POLARIZACIÓN EN ESPAÑA**

\* crecimiento comparativo de los 6 meses iniciales a los 6 meses finales del estudio.

Por su lado, libertad de expresión y derechos humanos son los territorios que mayor descenso en la polarización han experimentado.

Aborto crece en polarización fundamentalmente por cambios legislativos a lo largo del ejercicio 2022.

**EL BALANCE DE VOCES CONSERVADORAS Y PROGRESISTAS EN ESPAÑA HA ALCANZADO EL EQUILIBRIO DURANTE 2022.**



**VOLUMEN DE CONVERSACIÓN POR IDEOLOGÍA EN ESPAÑA**

- ↑ Progresistas
- ↓ Conservadores

En 2017 las voces progresistas dominaban los territorios de máxima polarización con un protagonismo de más del doble.

Coincidiendo con el desarrollo de la estructura de partido de Vox, comienza el crecimiento del share de conversación de las voces conservadoras.

# EN BRASIL

**LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y ABORTO ENTRE LAS MÁS DESTACADAS EN LA POLARIDAD DE BRASIL.**

**TOP TERRITORIOS EN BRASIL EN LA ACTUALIDAD**

Racismo, aunque con una polarización más reducida que libertad de expresión (-9%), es el territorio que más conversación produce.

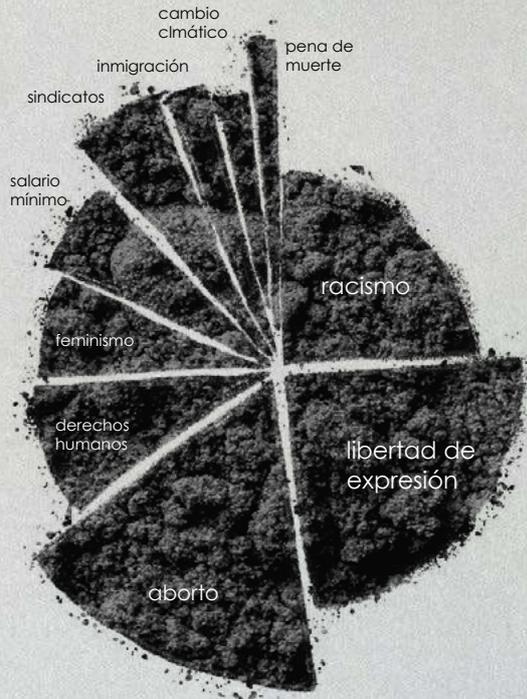
A pesar de contener la mayor selva tropical del mundo, el cambio climático produce un 80% menos de volumen de conversación en Brasil que en el global de países.

**Nota:** El ángulo del quesito representa el volumen de conversación, mientras que el radio, la polarización en los diferentes territorios en Brasil durante los últimos 12 meses.

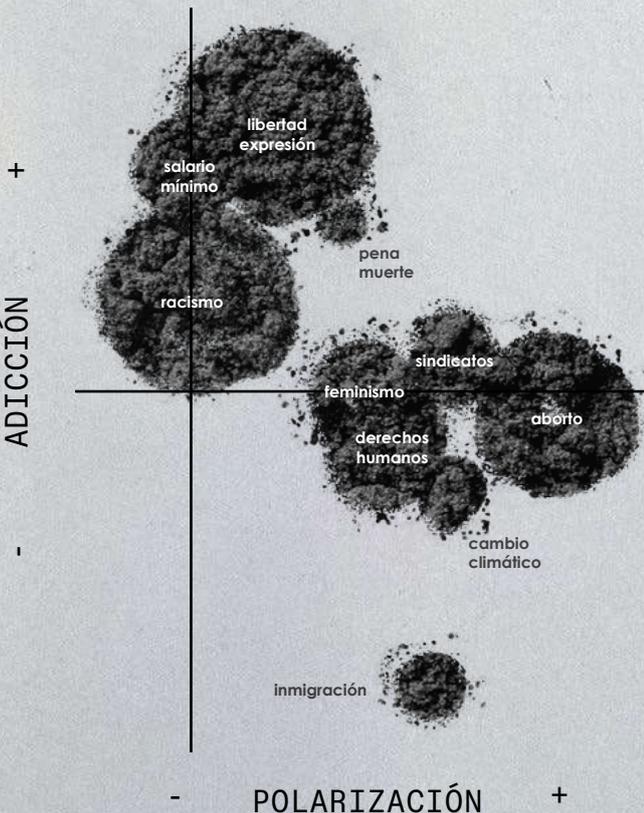
Volumen de conversación



Polarización



**BRASIL: ES EL PAÍS CON MAYOR POLARIZACIÓN.**



**DIFERENCIAL DE LA CONVERSACIÓN BRASILEÑA FRENTE A LA GLOBAL EN LA ACTUALIDAD**

Aborto, derechos humanos y feminismo, los territorios que más polaridad comparativa generan entre los de volumen significativo.

Libertad de expresión por encima de la media en polaridad y el que más diferencial de adicción tiene.

Salario mínimo y racismo son los únicos con una polaridad similar a la global.

**Nota:** La gráfica representa las diferencias de polarización y adicción de los diferentes territorios en la conversación brasileña frente a la global (la de los 12 países en su conjunto) en los últimos 12 meses. La posición (0,0) significa idénticas polarización y adicción que en la conversación global. El tamaño de la pelotita expresa el volumen de conversación.

**LA CONVERSACIÓN EN TORNO AL ABORTO SE POLARIZA Y CRECE UN 183% POR LAS POSTURAS ENFRENTADAS ENTRE CATÓLICOS Y QUIENES QUIEREN FINALIZAR CON LA CLANDESTINIDAD.**



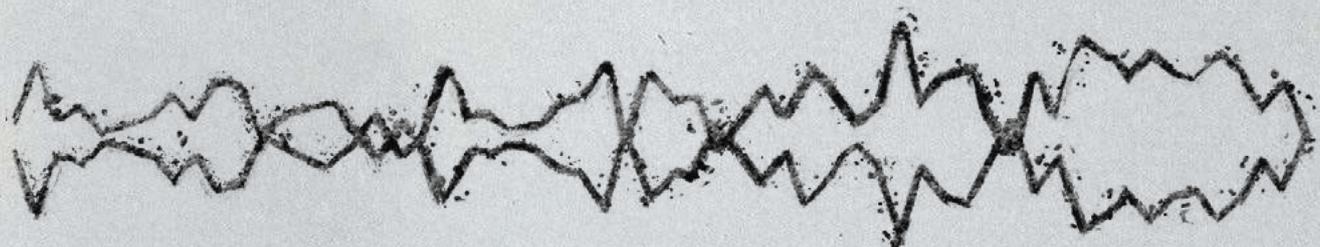
**TERRITORIOS DE MAYOR CRECIMIENTO DE POLARIZACIÓN EN BRASIL**

\* crecimiento comparativo de los 6 meses iniciales a los 6 meses finales del estudio.

Libertad de expresión, partiendo de una posición moderada, es el territorio que más crecimiento relativo ha tenido polarizándose 2,3 veces más.

Immigración, un territorio polar pero con poco volumen, el único que retrocede.

**LAS VOCES CONSERVADORAS EMPATAN EN LA PANDEMIA Y EN LA CAMPAÑA DE LAS ELECCIONES 2022.**



2018

2019

2020

2021

2022

**VOLUMEN DE CONVERSACIÓN POR IDEOLOGÍA EN BRASIL**

↑ Progresistas  
↓ Conservadores

Los progresistas tienen 5 veces más presencia a la hora de hablar de racismo.

Liderados por un mayor volumen de conversación en libertad de expresión y aborto, los conservadores han recuperado un 31% del terreno en los últimos 5 meses para empatar.

LLYC

+Democracia  
Una iniciativa ciudadana para mejorar la democracia

# EN MÉXICO

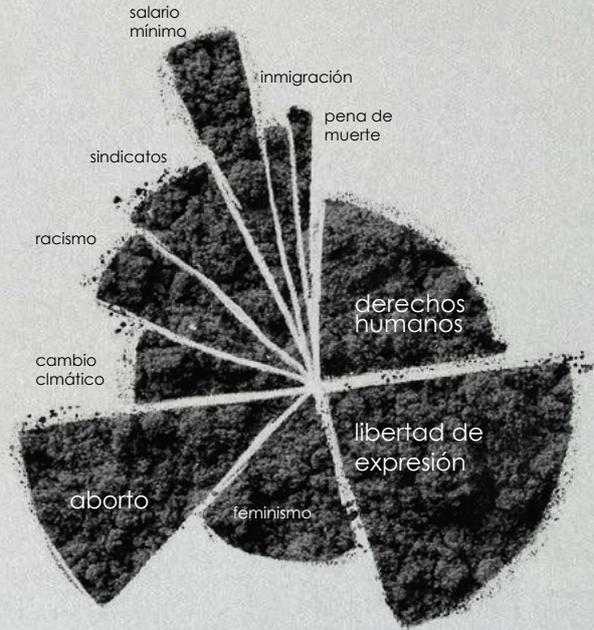
## LIBERTAD DE EXPRESIÓN ES EL TERRITORIO QUE MÁS POLARIZA EN MÉXICO.

### TOP TERRITORIOS EN MÉXICO EN LA ACTUALIDAD

Derechos humanos, el que más volumen de conversación moviliza, está muy ligada a libertad de expresión (88% de correlación), pero con un 28% menos de polarización.

Debido a la situación fronteriza con USA, se observan pocas connotaciones negativas respecto a la inmigración, y es uno de los territorios con menos notoriedad en el país.

**Nota:** El ángulo del quesito representa el volumen de conversación, mientras que el radio, la polarización en los diferentes territorios en Mexico durante los últimos 12 meses.



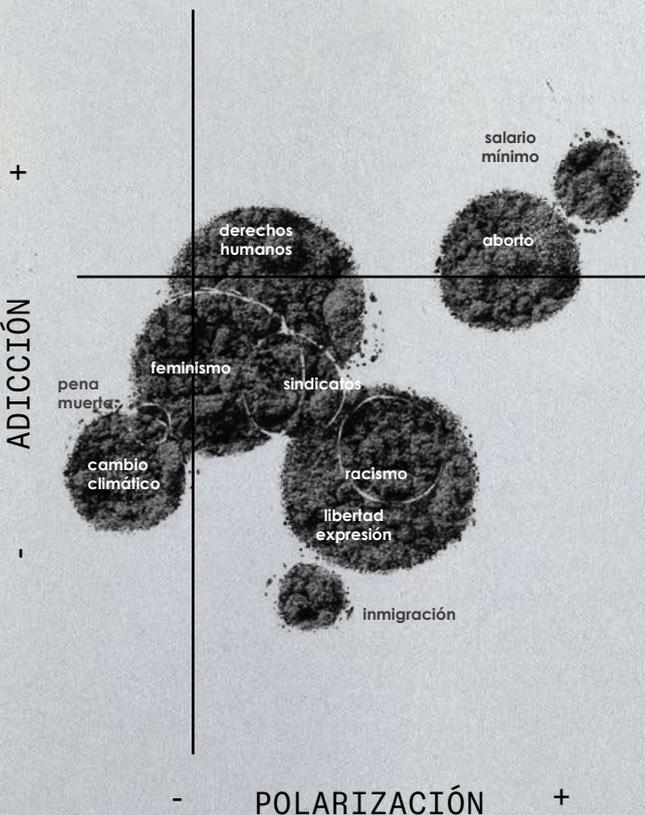
Volumen de conversación

- ▽ ▷ ▷ +

Polarización

- ▷ ▷ ▷ +

## MÉXICO, CLARAMENTE, EL PAÍS MENOS POLARIZADO.



### DIFERENCIAL DE LA CONVERSACIÓN MEXICANA FRENTE A LA GLOBAL EN LA ACTUALIDAD

Sólo aborto y salario mínimo muestran una polarización y adicción superior a la media global.

Aunque tienen un considerable volumen, existe un mayor consenso en el feminismo y cambio climático respecto al resto de países iberoamericanos, mostrando una mucho más baja polaridad y una adicción más moderada.

**Nota:** La gráfica representa las diferencias de polarización y adicción de los diferentes territorios en la conversación mexicana frente a la global (la de los 12 países en su conjunto) en los últimos 12 meses. La posición (0,0) significa idénticas polarización y adicción que en la conversación global. El tamaño de la pelotita expresa el volumen de conversación.

**LIBERTAD DE EXPRESIÓN GENERA 7,4 VECES MÁS CONVERSACIÓN POLARIZADA Y SE SITÚA COMO EL TERRITORIO QUE MÁS CRECE EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS SEGUIDO DE DERECHOS HUMANOS (1,6 VECES MÁS).**

1. Libertad de expresión

2. Derechos humanos

3. Racismo

4. Aborto

5. Feminismo



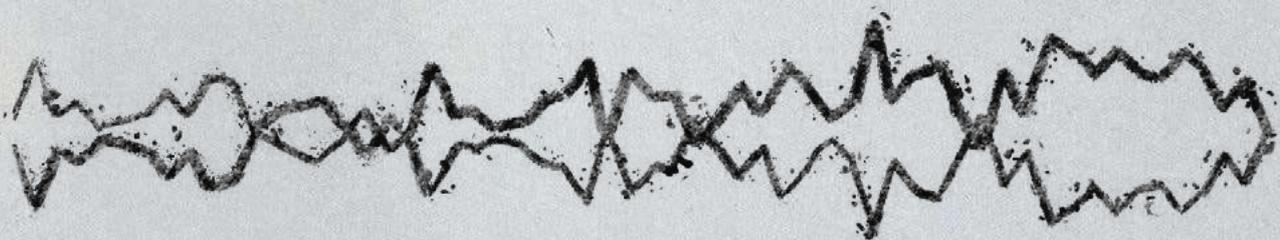
**TERRITORIOS DE MAYOR CRECIMIENTO DE POLARIZACIÓN EN MÉXICO**

\* crecimiento comparativo de los 6 meses iniciales y los 6 meses finales del estudio.

Las leyes estatales aprobadas para la legalización del aborto hacen que se sitúe como uno de los territorios más polares con un crecimiento del 76%.

Pena de muerte y salario mínimo son los territorios que decrecen.

**LAS VOCES CONSERVADORAS TIENEN UNA LIGERA VENTAJA SOBRE LAS PROGRESISTAS DESDE LA TOMA DE POSESIÓN DE LÓPEZ OBRADOR.**



2018

2019

2020

2021

2022

**VOLUMEN DE CONVERSACIÓN POR IDEOLOGÍA EN MÉXICO**

↑ Progresistas  
↓ Conservadores

Aborto (+57%) y racismo (+52) son los territorios principales dominados por los progresistas.

Notablemente, la lucha feminista está liderada por comunidades sin una clara afiliación política, y los conservadores tiene una mayor presencia.

# LOS EQUIPOS

## DIRECCIÓN GENERAL DEL PROYECTO

### **ALBERT MEDRÁN**

Director/a Senior Corporativo

mail: [amedran@llorenteycuenca.com](mailto:amedran@llorenteycuenca.com)

[LinkedIn](#)

[Twitter](#)

### **DAVID GONZÁLEZ NATAL**

Socio y Director General Región Norte

mail: [dgonzalezn@llorenteycuenca.com](mailto:dgonzalezn@llorenteycuenca.com)

[LinkedIn](#)

[Twitter](#)

### **ADOLFO CORUJO**

Socio y Chief Strategy and Innovation Officer  
de LLYC

mail: [acorujo@llorenteycuenca.com](mailto:acorujo@llorenteycuenca.com)

[LinkedIn](#)

[Twitter](#)

## CENTRO CORPORATIVO

### IGNACIO DOADRIO

Gerente

mail: idoadrio@llorenteycuenca.com

[linkedin](#)

[twitter](#)

### ANDREA PAREDES

Consultora Senior

mail: aparedes@llorenteycuenca.com

[linkedin](#)

[twitter](#)

### VALENTINA VALENCIA

Becaria

mail: valentina.valencia@llorenteycuenca.com

[linkedin](#)

[Twitter](#)

## MARKETING/ COORDINACIÓN

### CRISTINA PEÑALOZA

Gerente de Marketing Región Europa

mail: cpenaloza@llorenteycuenca.com

[linkedin](#)

[twitter](#)

### ADRIANA SANDOBAL

Diseñadora Gráfica Senior

mail: asandobal@llorenteycuenca.com

[linkedin](#)

## COLABORADORES EN LA OFICINA DE LA FIRMA

### JOAQUÍN VIZMANOS

Director Relaciones informativas

mail: [jvizmanos@llorenteycuenca.com](mailto:jvizmanos@llorenteycuenca.com)

[linkedin](#)

[twitter](#)

### ANAHI RAIMONDI

Directora de Deep Digital Bussiness Américas

mail: [araimondi@llorenteycuenca.com](mailto:araimondi@llorenteycuenca.com)

[linkedin](#)

[twitter](#)

### GARAZI ORTUZAR

Consultora Junior de Asuntos Públicos

mail: [gortuzar@llorenteycuenca.com](mailto:gortuzar@llorenteycuenca.com)

[linkedin](#)

## ANÁLISIS DE DATOS

### ARTURO PINEDO

Socio y Chief Client Officer Europa

mail: [apinedo@llorenteycuenca.com](mailto:apinedo@llorenteycuenca.com)

[linkedin](#)

### MIGUEL LUCAS

Director de Innovación

mail: [mlucas@llorenteycuenca.com](mailto:mlucas@llorenteycuenca.com)

[linkedin](#)

[twitter](#)

### BEÑAT SAN SEBASTIAN

Gerente

mail: [benat.sansebastian@llorenteycuenca.com](mailto:benat.sansebastian@llorenteycuenca.com)

[linkedin](#)

[twitter](#)

## CREATIVIDAD Y DISEÑO

### **JULIO ALONSO CABALLERO**

Director Creativo Ejecutivo

mail: [jalonso@llorenteycuenca.com](mailto:jalonso@llorenteycuenca.com)

[linkedin](#)

[twitter](#)

### **GUSTAVO RODRÍGUEZ**

Director de Arte

mail: [grodriguez@llorenteycuenca.com](mailto:grodriguez@llorenteycuenca.com)

### **MARTA CORDOMÍ PRAT**

Consultora Senior

mail: [mcordomi@llorenteycuenca.com](mailto:mcordomi@llorenteycuenca.com)

[linkedin](#)

### **PABLO HERNÁNDEZ DE URRUTIA**

Consultor

mail: [daniel.rosero@llorenteycuenca.com](mailto:daniel.rosero@llorenteycuenca.com)

[linkedin](#)

### **DANIEL ROSERO**

Consultor

mail: [daniel.rosero@llorenteycuenca.com](mailto:daniel.rosero@llorenteycuenca.com)

[linkedin](#)

### **JESSICA RUEDA**

Diseñadora Gráfica

mail: [jrueda@llorenteycuenca.com](mailto:jrueda@llorenteycuenca.com)

## PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

### **REBECA GARROBO**

Gerente

mail: [rgarrobo@llorenteycuenca.com](mailto:rgarrobo@llorenteycuenca.com)

[linkedin](#)

[twitter](#)

### **ORIOI CUADERN PUIG**

Realizador y Producer

mail: [ocuadern@llorenteycuenca.com](mailto:ocuadern@llorenteycuenca.com)

[linkedin](#)

## DEEP LEARNING

### DANIEL FERNÁNDEZ TREJO

Director Senior Deep Learning Global  
mail: dfernandez@llorenteycuenca.com

[linkedin](#)

[twitter](#)

### JOSÉ LUIS RODRÍGUEZ

Director Deep Learning Región Europa  
mail: jlrodriguez@llorenteycuenca.com

[linkedin](#)

[twitter](#)

## PR

### TERESA REY

Directora de Consumer Engagement y Digital  
mail: trey@llorenteycuenca.com

[linkedin](#)

### ALEJANDRO SAMPEDRO

Gerente de Comunicación Financiera  
mail: asampedrol@llorenteycuenca.com

[linkedin](#)

[twitter](#)

## INFLUENCIA DIGITAL

### STEPHANY HIGHGRACE

Consultora Senior  
mail: saltagracia@llorenteycuenca.com

[linkedin](#)

[twitter](#)

### NEUS CUADRADO

Consultora Junior  
mail: neus.cuadrado@llorenteycuenca.com

[linkedin](#)

[twitter](#)

## EXPERTOS CONVOCADOS

### MARIANO SIGMAN

Neurocientífico y autor de "El poder de las palabras"

mail: mariuchu@gmail.com

[linkedin](#)

[twitter](#)

### PATRICIA FERNÁNDEZ

Psicóloga Clínica

mail: patricia.fernandez.hrc@gmail.com

[linkedin](#)

[twitter](#)

### BELÉN CARRASCO

Investigadora senior y directora adjunta de Eyes on Russia, Centre for Information Resilience

mail: belen@info-res.org

[linkedin](#)

[twitter](#)

### FERNANDO NIETO MORALES

Profesor de Administración Pública en el Colegio de México (COLMEX)

mail: fnieto@colmex.mx

[linkedin](#)

[twitter](#)

### CRISTINA MONGE

Doctora en Ciencias Políticas por la Universidad de Zaragoza, es experta en políticas medioambientales y sostenibilidad

mail: cmonge@advisors.llorenteycuenca.com

[linkedin](#)

[twitter](#)

### GONZALO VELASCO

Profesor de Filosofía en el Departamento de Humanidades: Filosofía, Lengua y Literatura en la Universidad Carlos III de Madrid

mail: gvelasco@hum.uc3m.es

[linkedin](#)

[twitter](#)

### JOAN NAVARRO

Socio y Vicepresidente Asuntos Públicos en LLYC, sociólogo y profesor asociado de Ciencias Políticas y de la Administración en la UCM

mail: jnavarro@llorenteycuenca.com

[linkedin](#)

[twitter](#)

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arias Maldonado, M. (2016). La democracia sentimental: política y emociones en el siglo XXI. Madrid: Página Indómita.
- Broncano, F. (2019). Puntos ciegos. Ignorancia pública y conocimiento privado. Madrid: Lengua de Trapo.
- HAN, B. (2022). Infocracia: La digitalización y la crisis de la democracia, Barcelona, Taurus, (ePub)
- Echeburúa, E. (18 de abril de 2018). "¿Cómo y quiénes se hacen adictos a las redes sociales?". El País. [https://elpais.com/tecnologia/2018/04/06/actualidad/1523003059\\_867092.html](https://elpais.com/tecnologia/2018/04/06/actualidad/1523003059_867092.html)
- Edelman Trust Barometer (2022) <https://www.edelman.com/trust/2022-trust-barometer>
- Furman, K. (2022). Epistemic Bunkers, Social Epistemology, DOI: 10.1080/02691728.2022.2122756
- Garmendia, A., León, S. (2021). Polarización y convivencia en España en 2021. El papel de lo territorial. Encuesta ICIP - EsadeEcPol2021.
- Hateblockers. (s.f.). <https://hateblockers.es/polarizacion-redes-sociales-papel-de-influencers/>
- Levy, N (2022). Bad Beliefs. Why They Happen to Good People. Oxford University Press.
- Navajas, J., Álvarez, F., Heduan, J., Garrido, M., González, P., Garabulsky, G., Ariely, D., Sigman, M. (2019). Reaching Consensus in Polarized Moral Debates. Current Biology Report, 4124-4129.
- Nguyen, C. (2020). Echo Chambers and Epistemic Bubbles. Episteme, 17(2), 141-161. doi:10.1017/epi.2018.32
- Rodríguez-Virgili, J., Serrano-Puche, J. (2018). Medios de comunicación y opinión pública en España: una aproximación desde la teoría de Agenda Setting, 27-39, Universidad de Navarra
- Sánchez Cuenca, I. (2022). El desorden político. Democracia sin intermediación. Barcelona: Catarata.
- Sigman, M. (2022). El poder de las palabras: cómo cambiar tu cerebro (y tu vida) conversando. Madrid: Debate.
- Törnberg, P., Andersson, C., Lindgren, K., Banisch, S. (2021) Modeling the emergence of affective polarization in the social media society, <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0258259> <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371%2Fjournal.pone.0258259>
- Viciano H, Hannikainen IR, Gaitán Torres A (2019) The dual nature of partisan prejudice: Morality and identity in a multiparty system. PLoS ONE 14(7): e0219509.

# THE H D

The  
Hidden  
Drug.